



Neue Wege gehen

von Ute Heimann

Neulich im Supermarkt: Auf die Schnelle noch Spargel gekauft. Ist ja aus der Region. Ein Verkäufer bedient die Spargelschälmaschine und packt die Stangen in Siegelschalen. Zu Hause dann das böse Erwachen: Fast jede Stange muss nachgeschält werden. Ich ärgere mich, denn im Hofladen wäre mir das nicht passiert. Da wird auch nicht immer vor den Augen der Kunden geschält, aber die Mitarbeiter prüfen erst das Schälergebnis, bevor die Stangen in der Tüte landen.

Mein Einkaufsverhalten steht stellvertretend für eine Entwicklung. Trotz der Servicevorteile im Hofladen graben Supermärkte den Direktvermarktern schon ziemlich das Wasser ab. Mit ihren Regionaltheken bedienen sie das Bedürfnis der Kunden nach heimischer Herkunft und Transparenz. Das lässt sich in Zahlen messen. Seit 2012 ist die Zahl der Ab-Hof-Käufer in Deutschland um 800 000 zurückgegangen und die Umsätze blieben nur dank kontinuierlicher Preissteigerungen stabil.

In Österreich sieht die Sache anders aus. Hier profitieren die Direktvermarkter vom Trend hin zu heimischen Produkten. Ein Viertel der Haushalte kauft mindestens einmal im Jahr beim Bauern ein und seit 2011 haben die österreichi-

schen Konsumenten 50 % mehr in Hofläden und an Marktständen ausgegeben (siehe Beitrag: „Österreich: Kunden kaufen öfter direkt vom Hof“ auf Seite 5). Warum die Direktvermarkter in Deutschland nicht profitieren, können Experten nicht klar sagen. An fehlendem Service kann es nicht liegen. Der ist im Hofladen top. Die räumliche Nähe und flexible Öffnungszeiten spielen sicher für viele eine Rolle. Für Lebensmittel wollen die meisten Verbraucher nicht mehr als 5 km weit fahren – ein klarer Nachteil für Betriebe im Außenbereich.

Was können Direktvermarkter also tun? Auf dem Prüfstand stehen neue Wege. Immer mehr Landwirte liefern direkt an den Handel. Allerdings steht dort der Preis an erster Stelle und die Erzeuger verlieren die Kontrolle über ihre Produkte. Mit Verkaufsautomaten behalten Direktvermarkter die Fäden in der Hand. Hier können die Kunden rund um die Uhr einkaufen. Wenn der Automat dann auch noch verkehrsgünstig liegt, kommt das den Kundenwünschen doppelt entgegen. Gänzlich unabhängig von Öffnungszeiten und Lage ist die Onlinevermarktung. Was Sie auf jeden Fall beibehalten sollten: Punkten Sie weiter mit Service, Kompetenz und Freundlichkeit.

So erreichen Sie uns

Anzeigen-Service

Landwirtschaftsverlag GmbH
48084 Münster
Petra Feldmann
Tel. (025 01) 801 26 50
E-Mail: petra.feldmann@lv.de

Abonnenten-Service

Sabine Winkler
Tel. (025 01) 801 43 75
E-Mail: vertrieb@hofdirekt.com

Ansprechpartner Österreich

Ing. René Nöhner
Tel. (00 43/22 36) 2 87 00 11

Redaktion

HOF direkt, Postfach 49 29,
48028 Münster
Tel. (025 01) 801 82 20
Fax (025 01) 80 18 36
E-Mail: hofdirekt@wochenblatt.com,
www.hofdirekt.com

Unser Titelbild zeigt den Hof Overgünne in Bottrop-Kirchhellen.

Titelbild: M. Leichhauer

Aktuelles

- 3 Inhalt/Kommentar
- 4 Wer, wo, was
- 5 Kurz und knapp
- 6 Frage und Antwort
- 10 Nützlich und gut

Obst & Gemüse

- 14 Getrocknet, gefroren und püriert
- 18 Kostproben: Kleine Naschbrennen

Milch, Käse & Eier

- 20 Kalkulation: Automateneier

Fleisch, Wurst & Fisch

- 26 **Obertimpfler Hof aus Südtirol:
Speck mit Panorama**



Gäste & Feste

- 30 Bühne frei für Ihr Buffet

Glas & Flasche

- 34 Dirndl in die Flasche

Regal & Theke

- 38 Lecker Ei, lecker Nudeln

Hofladen & Markt

- 42 Frauenpower im Elsass
- 46 Betriebsübergabe: Aus eins mach drei
- 48 Warenkorb statt Einkaufskorb
- 52 Alles was Recht ist:
Urlaubsrecht: Ich bin dann mal weg ...

Rubriken

- 62 Offene Türen
- 64 Schönes für den Hofladen
- 66 Warenkunde
- 68 Rezepte
- 70 Impressum